

## 経営発達支援事業の内容及び実施期間

### (1) 経営発達支援事業の実施期間（令和2年4月1日～令和7年3月31日）

### (2) 経営発達支援事業の内容

#### I. 経営発達支援事業の内容

##### 1. 地域の経済動向調査に関すること

###### 【現状と課題】

現状では、全国商工会連合会が実施している「中小企業景況調査」を定期的に行っている以外は実施しておらず、大部分は経営指導員の個別の情報収集に留まっている。「中小企業景況調査」については、その情報を小規模事業者にフィードバックできておらず、経営支援に対して有効的に活用できていない。

今後は、必要な情報収集を定期的に実施し、その情報を経営指導員全員で共有することで、小規模事業者のニーズに応えた支援に活用していく必要がある。

また、調査に対しては常に最新の情報を収集することを心掛け、P D C Aサイクルを効果的に回すことにより、小規模事業者に適切な情報提供を実施する。

###### 【目的】

小規模事業者の持続的発展につながる経済動向等を収集、提供することで、現状や課題を見つめ直すことにつなげ、より明確な経営計画を策定、提案できる体制を構築し、経営の安定化を図る。

また、収集した情報については、当会のホームページや会報等に掲載し、小規模事業者の情報活用ツールとして提供する。

###### 【事業内容】

- ①地域全体の経済動向を調査する為、地域経済分析システム「R E S A S」の活用  
(年1回実施 5月に調査を実施し、9月に開示する)

分析手法：地域経済循環マップ → 生産分析

管轄エリアの生産活動、分配、支出について、広く動向を分析する

産業構造マップ → 産業の現状を分析

管轄エリアの製造、卸売・小売業、建設業等の各業種業態の事業所数・従業員数・付加価値等について分析する

まちづくりマップ → 人の動きを分析する

管内エリアの人の流入出動向等の傾向を分析する。

観光マップ → 観光動向の分析

管内エリアの観光の目的や利用、観光客の流れを分析する

上記の分析を総合的に収集し、事業計画書の策定に反映させる。

分析担当：当会の担当経営指導員が中小企業診断士等の専門家と連携し、収集した情報の分析を行う。

- ②小規模事業者の実態を把握するため、全国商工会連合会が行う中小企業景況調査の一部に当会が必要な項目（特に承継、雇用等）を追記し、実施する。

(年2回実施する。6月、12月に調査を実施し、9月、3月に開示する)

調査対象：管内小規模事業者 100 社（製造業、卸売業、小売業、建設業、サービス業からそれぞれ 20 社を選定する）

調査項目：景気動向調査（売上高、仕入単価、資金繰り、採算（経常利益）雇用、地形資金借入れ難度、借入金利等）

雇用動向調査（全労働者数、常用労働者数、常用労働者数の増減、契約労働者数、パートタイム労働者数、年齢階級別労働者数、外国人労働者数、新規採用の有無、平均勤続年数、平均賃金、教育制度の有無等）

事業承継調査（企業形態、資本金（出資金）、従業員数、常用労働者数、パート労働者数、契約労働者数、創業年数、売上高、株式数、借入、後継者有無、今後の見通し、提携・売却の意思等）

調査手法：調査票を郵送し、返信用封筒で回収する。（補足は経営指導員が巡回等で実施。）

分析手法：当会の担当経営指導員が中小企業診断士等の専門家と連携し、収集した情報の分析を行う。

#### 【調査結果の活用方法】

情報を調査、分析した結果は、経営指導員が支援等を実施する際に活用できるようにデータベース化し蓄積する。また、当会のホームページや会報にて掲載し、管轄エリアの小規模事業者に情報提供を行う。

経営指導員等が窓口や巡回指導を実施する際また、課内会議や研修会等で提示し、経営指導員の資質の向上、情報の共有化につなげる。

#### 【目標数値】

	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①の公表回数 (9月発表)	0	1回	1回	1回	1回	1回
②の公表回数 (9月、3月発表)	0	2回	2回	2回	2回	2回

## 2. 経営状況の分析に関するこ

#### 【現状と課題】

現状では、主に資金繰りの相談（金融相談）時に、貸借対照表や、損益計算書等簡単な確認に終始している。

また、各種補助金相談時も、申請に合わせた現状分析、計画書の作成などであり、経営に生かしているとはいがたい。

経営状況分析の視点は、単なる数字面だけで終わらず、企業価値をどう評価するかが重要であり、細部にわたる小規模事業者の経営資源やポテンシャルを総合的に評価する必要がある。

#### 【事業内容】

①巡回指導、窓口相談を活用した経営分析活動

経営指導員が日常の相談業務において、些細な事柄でも情報として収集し、経営状態を把握できるように努め、小規模事業者にとって経営課題を解決することの重要性などを理解してもらう。

②決算指導、補助金申請、融資、創業・承継計画を起点にした経営分析活動

決算指導や補助金申請時には、財務諸表等（損益計算書や貸借対照表など）を確認する機会が多くある為、その時を起点として、定性的（SWOT分析など）、定量的（収益性や生産性等）な視点から経営分析を実施する。

### ③強みを把握する経営分析セミナーの開催

経営分析セミナーを開催し、小規模事業者に経営分析の重要性を理解していただくとともに、簡易な分析システムなどを活用することで、自社で分析ができるような体制を構築する。

また、セミナーを受講後に、小規模事業者が個別相談等を希望した場合は、経営指導員と外部専門家が連携した経営分析支援を実施する。

開催内容：経営分析の必要性と具体的な活用方法について

実施回数：年1回（R4年度より2回）

広報等：商工会報、各行政広報誌、メルマガなど

募集企業数：15社（R4年度から30社）

セミナー参加企業から経営分析を実施する件数：5社（R4年度から10社）

### 【経営分析の項目】

分析項目：定量分析に関すること

財務諸表を基本とした分析

損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー等による売上高、経費、利益等の収益性、借入金、保全状況等の安全性、生産性等について数値化されたデータを基にした分析を行う。

：定性分析に関すること

SWOT分析

内部的要因である強み、弱みなど、外部的要因である機会や脅威など

3C分析

市場規模や市場の成長性、顧客ニーズ、市場での競合や優位性、ブランド力や技術力など

7S分析

組織形態、社内システム、経営戦略、競争優位性、人材、経営目標やスタイル、経営理念など数値では表しにくい情報やデータの分析を行う。

※定量分析と定性分析のそれぞれの特徴を活かすことで、合理的で効果の高い分析を実施することができる。

分析手法：経営指導員が、巡回や窓口相談時また、補助金申請や金融相談時などに小規模事業者に対して経営分析の必要性や重要性の説明を行い、また、セミナー参加事業者の中から、経営分析を希望する事業者を抽出、選定し、経済産業省の「ローカルベンチマーク」や「経営デザインシート」等を活用しながら、経営指導員が、分析目標をたて、収集している情報を活用して課題解決に向けた支援を実施する。

### 【成果の活用】

経営分析担当指導員（3名）を設置し、定量分析、定性分析の特徴を活かした経営分析を行い、課題の解決につなげていく。また、経営分析した結果を小規模事業者にフィードバックすることで、今後の事業計画を策定するまでの基礎資料とともに小規模事業者の経営についての知識向上を図る。

経営分析データについては今後の経営指導に活用するためデータベース化し、経営指導員で共有し活用する。

### 【目標数値】

	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①巡回・窓口相談を活用した経営分析件数	0	10 件	10 件	15 件	15 件	20 件
②各種対応を起点にした経営分析件数	0	10 件	10 件	15 件	15 件	20 件
③経営分析セミナーの開催件数	0	1 回	1 回	2 回	2 回	2 回
④経営分析セミナー参加企業数	0	15 件	15 件	30 件	30 件	30 件
⑤の参加事業所からの経営分析件数	0	5 件	5 件	10 件	10 件	10 件

### 3. 事業計画策定支援に関するここと

#### 【現状と課題】

事業計画は小規模事業者の将来を見据える大事な指針であるが、事業者自身が事業計画書の重要性をあまり認識しておらず、また、意識はあっても作業負担の増加や時間的な拘束など様々な理由により自主的な策定には至っていない。経営指導員も重要性は理解しているものの、補助金申請などのきっかけがあった場合にのみ簡易的な計画書の策定を行ってきたのが現状である。

今後は、補助金申請時や金融相談時などのきっかけがある場合に限らず、持続的な経営支援を実施することで、長期的ビジョンを見据えた事業計画書の策定につなげる必要がある。

#### 【支援に対する考え方】

小規模事業者の現状認識や課題を解決するため、経済動向調査等で収集した情報を提供、分析し、財務諸表等からの分析結果に基づき、具体的な事業計画を策定することで、具体的な事業計画を確立し、持続的発展につなげる。

また、大阪府よろず支援拠点やミラサポ等と連携を図ることで、より効果的な事業計画書の策定に努める。

#### 【事業内容】

##### ①対象者

小規模事業者で経営分析等（巡回、窓口相談、決算指導、補助金申請事業者）を実施した事業者や経営分析セミナー受講者で事業計画書策定意欲が高まった事業者など

創業者または創業予定者

事業承継を想定している事業者、第 2 創業予定者など

##### ②事業内容

事業計画策定セミナー

開催：年 1 回（3 回コース）

開催内容：1 回 現状分析（SWOT 分析）、企業価値分析、自己分析

2 回 戦略設計（理念、方向性、ターゲット）

3 回 実施計画（営業、生産、物流、IT 等の活用計画）

広報等：商工会報、各行政広報誌、メルマガなど

募集企業数：15 社

セミナー参加企業から経営分析を経て、事業計画書を策定する件数：3 社

### 補助金活用セミナー

開催：年1回

開催内容：小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金、事業承継補助金、創業補助金等を起点とすることによる事業計画書の作成について

広報等：商工会報、各行政広報誌、メルマガなど

募集企業数：15社

セミナー参加企業から経営分析を経て、事業計画書を策定する件数：3社

### 融資活用セミナー

開催：年1回

開催内容：(株)日本政策金融公庫と連携して、事業融資や創業融資等希望者が財務状況を把握分析したうえで、事業計画書が策定できるよう支援する。

広報等：商工会報、各行政広報誌、メルマガなど

募集企業数：15社

セミナー参加企業から経営分析を経て、事業計画書を策定する件数：3社

### 創業セミナー

開催：年2回

開催内容：管内エリアの行政、地域の商工会等と連携して創業セミナーを開催し、創業計画書を策定できる体制を整え、創業者育成を図る。

広報等：商工会報、各行政広報誌、メルマガなど

募集人数：20人

セミナー参加企業から事業計画書を策定する件数：5人

※事業承継、第2創業等については、個別対応後、大阪府事業承継ネットワークと連携して伴走型支援を実施し、経営分析後、事業計画書の策定につなげる。

#### 【策定方法】

事業計画の策定については、経済動向調査や小規模事業者の経営分析データを活用し、地域環境の動向を考慮しながら分析を実施する。特に、過去の経営の実態を分析し、今までの企業経営の流れを把握することにより計画的に事業計画書の策定に取り組む。

#### 【支援、活用方法】

巡回や窓口相談、各種セミナー参加者や、経営分析対象事業者などに事業計画書の必要性について説明を行い、事業計画書策定ツールなどを提供し、事業計画の重要性を理解したうえで事業者自らが策定できるように支援する。

また、策定時においては経営指導員が伴走型支援を実施し、必要であれば大阪府よろず支援拠点やミラサポの専門家派遣制度等を活用して、より実現性の高い計画書の策定に努める。計画書は経営指導員が共有できるようなデータベース化を行い、ブラッシュアップすることで今後の経営支援の活用につなげる。

**【目標数値】**

	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
経営分析実施事業者の事業計画策定件数	0	8 件	8 件	12 件	12 件	16 件
セミナーを起点とした事業計画策定件数	0	14 件				

#### 4. 事業計画策定後の実施支援に関すること

**【現状と課題】**

融資や補助金申請時に作成した事業計画書は、その目的のために作成されるケースが殆どであり、それらを経営に活かせているとは言えないのが現状である。経営指導員においても、策定された事業計画の進捗状況や遂行状況を確認することが少なく、フォローアップができているとは言えず、継続的な支援を実施できていない状況である。

**【支援に対する考え方】**

経営分析を経て、具体的な事業計画書を策定することができた小規模事業者が、事業計画を円滑に実施できるように、経営指導員が継続的にフォローアップ等の伴走型支援を実施することにより、事業計画をより実効性の高いものとし、持続的発展につなげる。

**【支援内容】**

事業計画を策定した全小規模事業者を対象とし、経営指導員が四半期に1回以上は進捗状況の確認を行う。事業計画に誤差が生じていないかどうか確認し、進捗状況が思わしくない場合においては、現状と課題、問題点や原因を把握し、必要な支援を実施する。また、進捗状況に応じて専門的な支援が必要だと判断した場合においては、連携機関等に情報を提供し、専門家と連携した支援を実施する。

支援の項目：巡回、窓口指導によるフォローアップ支援

→ 四半期に1回、巡回、窓口相談時に環境分析から経営分析、事業計画の定期的なフォローアップ支援を行う。

：新商品・サービス開発支援、販路拡大・販売促進支援

→ 新たな商品開発等に取り組む意欲がある事業者、新たな販路の開拓に取り組む計画のある事業者については、事業計画を遂行していく中で、自社の強みや魅力を見つけ出し、販路開拓や販促支援を強化するため展示会や商談会等のマッチング支援を行う。

：融資支援

→ 事業計画を遂行していく上で、事業資金等が必要となる場合においては、(株)日本政策金融公庫と連携し、「経営発達支援融資制度」「小規模事業者経営改善資金」を活用するための事業計画書策定を支援する。

：事業計画のブラッシュアップ

→ 事業計画の進捗状況に誤差が生じた場合は、現状を確認し、必要に応じてブラッシュアップを行う。また、必要であれば、外部専門家等と連携しフォローアップを行う。

：創業予定・創業者・事業承継への対応

→ 創業者、創業予定者においては、各行政機関と連携し、円滑に創業できるような体制を構築するとともに、資金面においても関係機関と連携し

事業計画書の策定支援を行う。事業承継等については、国等の施策に対応できるように関係機関と連携しながら支援を実施する。

#### 【目標数値】

	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
フォローアップ 対象事業者数	0	22 件	22 件	26 件	26 件	30 件
頻度（延べ回数）	0	88 件	88 件	104 件	104 件	120 件
売上高前年比で 5%以上増加の事 業所数	0	4 社	4 社	5 社	5 社	5 社
利益率が前年比 で 3%以上増加の 事業所	0	4 社	4 社	5 社	5 社	5 社

### 5. 需要動向調査に関するこ

#### 【現状と課題】

小規模事業者が、自らで市場調査等に関するデータを収集し、事業計画書の策定や新規販路の開拓等に活用することは物理的に困難な場合が多く実施できていない。

また、経営指導員が情報収集し、有効であると判断できるデータについても、機会の喪失等により小規模事業者にフィードバックができていないのが現状である。

今後は、事業計画書の策定や販路の開拓、新商品の開発などに活用できる需要動向については、情報を収集、分析し、消費者ニーズを把握することで、小規模事業者が活用しやすい形で情報提供できる環境整備に努め、地域市場の掘起しと消費者ニーズの把握につなげる。

#### 【事業内容】

①地域ブランド品（地域食材を活用したスイーツ開発）を更に新しく開発・創出するための調査を実施

地域特産品（えびいもや千両なす、ぶどう、いちぢく等）を活用した新たなスイーツ等の商品についてアンケート調査を実施し、観光需要に適したお菓子やスイーツ等はどんなものかを調査する。専用のアンケート用紙で回答してもらい、分析した結果を再度、開発した店舗にフィードバックすることとする。その結果をもとに、更に新しい商品をつくる事業計画に活かしていく。

[サンプル数] : 1 事業者に対して 50 サンプル

[支援対象事業者] : 管内エリアで地域食材を使用したスイーツ等開発、創出を検討している小規模事業者から 15 事業者を抽出する。

[手法] : 地域で開催されているイベント等に出展し、購入された消費者に調査を実施する。

富田林市では公共施設である観光交流施設である「きらめきファクトリー」太子町、河南町、千早赤阪村では、地域にある道の駅で実施する。

時期は、来訪者が増加する 5、7、9、10、11 月の期間で 2 回実施する。

試作、開発された地域食材を使用したスイーツ等をイベント等で試食してもらい、経指導員が直接消費者にアンケートを実施、聴き取りにて記載する。

[調査項目] : ①購買価格 ②味 ③見た目 ④パッケージ（かわいい、かっこいい、シンプル等） ⑤デザイン等（シンプル、スタイリッシュ、エレガント等）⑥具体的に欲しい商品（オーガニック、地域産品、話題の素材等）⑦商品の特徴 ⑧お土産としての購入 ⑨お勧め度 ⑩地域特性が活かされているか

⑪訪問目的など

※調査項目は業態により事業者と相談しながら変更する。

[分析手段] : 連携機関や外部専門家等から意見を収集し、経営指導員が取りまとめデータベース化する。

[調査結果の活用] : 調査した結果のデータは、飲食店、菓子店等にフィードバックし、商品改良の基礎データとする。今後のブランド開発に繋げるため、パッケージやイメージ、そして、安全性についても細かく検証し、商品開発や販路開拓につなげる。

②当会が主催する「商工祭」での消費者アンケートの実施

当会が主催する「商工祭」において消費者ニーズ調査を実施する。毎年 11 月に実施している「商工祭」には、約 3,500 人の来場があり、約 30 店舗の事業者が出展される。そこで、地域特産品や地域での購買力のある商品やニーズの高い商品、製品など参加事業者の商品や製品、サービスに対する消費者アンケートを実施し、販路の開拓や新商品の開発につなげ、競争力強化に努める。

※1 「商工祭」目的：多様化する社会経済の変化に対応すべく、地域経済の活性化を目指し、地域企業の育成と振興を図るため、管内各地域の地域特産品を一同に集め、普及 PR はもとより各企業の情報交換や消費者とのふれあいを高め地域小規模事業の振興と発展を図る。

主催：富田林商工会

共催：富田林市商業連合会 富田林料飲宿組合

後援：富田林市 河南町 太子町 千早赤阪村

広報：市町村広報 商工会報 新聞折り込み等

[サンプル数] : 1 事業者に対して 50 サンプル

[調査対象事業者] : 出展者の中からアンケート実施希望者を募り、15 事業所を抽出する。

[手法] : 来場者に対して、業種別のアンケート調査を実施、経営指導員がヒアリング形式で実施する。

[調査項目] : ①購買価格 ②見た目 ③商品の場合は味 ④パッケージデザイン ⑤お勧め度 ⑥購入目的 ⑦大きさなど

※調査項目は業態により事業者と相談しながら変更する。

[分析手段] : 連携機関や外部専門家等から意見を収集し、経営指導員が取りまとめデータベース化する。

[調査結果の活用] : 経営指導員が、調査対象事業者に対して分析結果をフィードバックし、商品開発や販路開拓につなげる。

【目標数値】

	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
(1) の調査対象事業者数	0	15	15	15	15	15
(2) の調査対象事業者数	0	15	15	15	15	15

## 6. 新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること

### 【現状と課題】

現状は、展示会や商談会開催情報の提供、斡旋を積極的に実施しているが、どうしても限られた事業者のみの出展にとどまっている。広報誌などを活用した周知活動等を行っているが、なかなか小規模事業者の販路開拓に繋げられていないのが現状であり、また、労働力が

不足している事業所も多いことから継続的な出展が難しいことも課題である。さらに、人口の減少に伴い、地域市場の縮小も避けられないことから、ITやIOTを効果的に活用した新たな販路開拓手法も求められてきている。

#### 【支援に対する考え方】

小規模事業者が展示会や商談会へ効率的に出展できるよう現状分析、課題抽出を行い、商品の魅力や強みを発信できるような体制づくりを目指す。また、展示会などで他社との差別化を図ることができるような製品プロモーションや商談会でのアプローチの仕方など経営指導員が個別相談を実施する。

#### 【事業内容】

##### ①展示即売出展支援事業（B to C）

需要動向調査を実施した小規模事業者を主な対象とし、販路の開拓に繋がるような商談会への出展を促進する。出展希望者には、消費者への自社商品の魅力の伝え方、アプローチ方法や効果的なディスプレイ方法などについて、経営指導員が事前事後及び期間中伴走型支援を実施し、また、必要であれば外部の専門家等とも連携することで、より効果が高まる需要の開拓支援を実施する。実施場所については、近隣商工会が開催する商工祭ブースを確保し事業者に提供する。

「各地域の商工祭」：近隣商工会が開催（年1回） （B to C）2ヶ所抽出する。

※商工祭の概要是前ページの※1に記載

「支援対象事業者」：需要動向調査を実施した小規模事業者で、地域市場の開拓や新たなニーズの掘起しを必要としている事業者

##### ②商談会出展支援事業（B to B）

事業計画書の作成を実施した小規模事業者を主な対象とし、大阪府下商工会・商工会議所が連携して開催している「大阪勧業展（B to B）」「ビジネスチャンス発掘フェア（B to B）」への出展を促進する。出展希望者には、事前支援を実施し、商談会に対する心構えや自社商品、製品のプロモーション方法やアプローチの仕方などまた、昨年までのマッチング実績などの情報提供等を具体的に行う。商談会開催期間においても現地でバイヤーとの商談方法や商品、製品の魅力発信方法などの支援を行い、終了後にも事後相談を実施し、情報の整理や相手先との交渉など継続してビジネスに繋がるような支援を行う。

「大阪勧業展」・・・・年1回開催 出展企業数 373企業 来場者数 7,924人

「ビジネスチャンス発掘フェア」・・・・年1回開催 出展企業数 195企業

来場者数 7,891人

「支援対象事業者」：事業計画書の策定を実施した小規模事業者で、新たな市場の開拓や販路の拡大を模索している事業者

##### ③ITツール活用促進事業

小規模事業者においては、人口減少等により地域市場の縮小を余儀なくされており、新たな需要の開拓を行うためにはITの利活用は必要不可欠である。また、労働力が減少している現在においては、少ない労力で高い効果が見込める意味でもITを活かした効果的な支援が必要である。

【目標数値】						
	現行	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度
①展示即売出展事業者数	0 社	6 社	6 社	6 社	6 社	6 社
①の事業者で売上が 10% 増加した事業者数	0 社	3 社	3 社	3 社	3 社	3 社
①の事業者で個別支援実施件数	0 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②商談会出展事業数	6 社	10 社				
②の事業者で新規取引先と成約できた事業者数	3 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社
②の事業者で個別支援実施件数	0 社	7 社	7 社	7 社	7 社	7 社
③ I T セミナー開催回数	2 回	4 回	4 回	4 回	4 回	4 回
③ I T セミナー参加事業者数	10 社	20 社	20 社	20 社	20 社	20 社
③ I T セミナー受講後売上が 5% 増加した事業所数	2 社	5 社	5 社	5 社	5 社	5 社

  

## II. 地域経済の活性化に資する取組

### 7. 地域経済の活性化に資する取組に関するこ

**【現状と課題】**

当会では、小規模事業者、管内エリアの行政、観光協会等の関係団体と連携しながら、地域特産品の発見や魅力ある商品の掘起しを継続して実施している。

また、それらを地域のブランド商品として認定し、地域内外に情報発信を行うことで新たな販路の開拓につなげている。また、小規模事業者が持つ魅力を発信することができる事業を実施することで、消費者に対する認知度を向上させ、地域に足を運んでもらえるような仕組み作りを促進することで、販路の拡大を目指す。

**【事業内容】**

①ブランド商品開拓、情報発信事業

地域が有している豊富な環境資源を活用して、地域の特徴を生かしたブランド商品の創出を推進する。現在、富田林市で 22 事業所から 27 商品、河南町で 4 事業所から 4 商品、太子町で 5 事業所から 11 商品、千早赤阪村で 8 事業所から 8 商品の特産品がある。

富田林市でのブランド事業の推進は、富田林市ブランド認定委員会を年 1 回開催し、行政の

広報紙で募集を行い、認定後は冊子やHPでプロモーションを実施する。委員会は、①富田林料飲宿組合②富田林市観光協会③富田林市商業連合会④富田林商工会青年部⑤富田林商工会女性部⑥富田林市異業種交流会⑦大阪南農業協同組合⑧大阪芸術大学⑨大阪大谷大学で構成されている。それ以外のエリアについては、独自で特産品を選定しているものをイベント等でのPR活動を実施する。

また、認定後は、商品のPRやプロモーションについて支援を実施し、フォローアップを行う。

今後は、管内行政エリアの枠組みを超えて、南河内地域のブランド商品として全国に発信していくような仕組み作りを構築して行く必要がある。

## ②富田林商工祭の拡充

当会では、毎年11月に富田林商工祭を開催している。主催である実行委員会を年2回開催しており、構成団体として富田林商工会、管轄エリアの行政、富田林市商業連合会、富田林料飲宿組合に協力をいただいている。小規模事業者も約30社の出展があるが、同じ店舗の出展が多いため、新たな参加事業者の掘起しが必要である。また、来場者（昨年は3,500人）があるが、小規模事業者にとって需要の拡大の場とし提供するためにも、今後は消費者への周知方法などを検討課題とし集客等の拡大に努める必要がある。

## III. 経営発達支援事業の円滑な実施に向けた支援力向上の為の取組み

### 8. 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換に関するこ

#### 【現状と課題】

当会は、大阪府では南東部地区に位置しており、柏原市商工会、藤井寺市商工会、羽曳野市商工会、大阪狭山市商工会、河内長野市商工会の5つの商工会と連携して事業を実施している。

さらに、労務関係上、松原商工会議所や大阪府全体での周知を図る場合などは大阪府商工会連合会とも協調し事業実施を行っている。今後は、経営発達支援事業計画を推進していくために、上記の関係団体は勿論のこと、地域関連団体等と深く連携し、それぞれが所有する情報を提供、共有することで、小規模事業者に対して持続的、発展的な支援につなげる。

#### 【事業内容】

##### ①労務第三部会

連携者：南河内地区商工会（柏原市商工会、藤井寺市商工会、羽曳野市商工会、河内長野市商工会、大阪狭山市商工会）

内 容：年4回 天王寺年金事務所と連携し、社会保険の手続きや制度変更、今後の社会保険の動向などについて、情報提供と交換を行う。また、共有された情報は、小規模事業者にフィードバックできるように集約し、ホームページ等での提供を行う。

##### ②事業承継ネットワーク

連携者：大阪府商工会連合会、柏原市商工会、藤井寺市商工会、羽曳野市商工会、大阪狭山市商工会、河内長野市商工会

内 容：年1回 事業承継に関する制度説明や個別支援時の対応、専門家へのつなぎなどケースに応じた対応ができるような情報の共有と連携体制の整備。

##### ③労務第一部会

連携者：南河内地区商工会（柏原市商工会、藤井寺市商工会、羽曳野市商工会、河内長野市商工会、大阪狭山市商工会）

内 容：年4回 羽曳野労働基準監督署の管轄エリアにある商工会、商工会議所に対して、

労働保険関係の事務処理や制度変更、事務組合の運営等についての情報交換を行う。

④経営改善資金推薦団体連絡協議会

連携者：(株)日本政策金融公庫阿倍野支店、大阪府商工会連合会、藤井寺市  
商工会、羽曳野市商工会、大阪狭山市商工会、河内長野市商工会

内 容：年1回（6月）(株)日本政策金融公庫の貸付等の現況報告、融資制度の説明、近況報告などを含めた情報交換。

⑤雇用促進広域連携協議会

連携者：富田林市、河南町、太子町、千早赤阪村、河内長野公共職業安定所、河内長野市商  
工会、大阪狭山市商工会

内 容：年4回 求人、求職に関する情報の共有、求人・求職情報フェアの開催に  
関すること。

## 9. 経営指導員等の資質向上等に関すること

### 【現状と課題】

現状では、経営指導員が必要に応じた研修等については、受講計画を立てたうえで参加し、受講した内容や知識については、個々の業務に活かしてはいるものの、職員全体には、復命書等での回覧はあるものの、情報の共有化までは至っていない。

今後は、経営指導員が支援を実施するうえで、必要と思われる情報や、知識を各々が理解したうえで、自身に足りないスキルを補える研修会に積極的に参加し、経営発達支援計画を効果的に実施できるような資質の向上を図るとともに、職員全体で情報の共有化を図る。

### 【事業内容】

#### ①大阪府商工会連合会等が主催する研修会への参加

経営指導員や一般職員を対象とした大阪府商工会連合会が主催する「経営指導員研修」に積極的に参加し、自身に足りないスキルを補うことができる様々な内容の研修を受講することで、経営指導員等の資質向上を図るとともに、参加している商工会、商工会議所職員と交流や意見交換を行うことで、知識の習得に努める。

#### ②OJT制度の導入

支援経験が豊富な経営指導員と若手経営指導員でグループを編成し、巡回指導や窓口相談等に同行、同席させ、経営指導に必要なスキルを習得できる仕組み作りを行い、若手職員の育成につなげる。

また、単発的なアドバイスで終わらず、計画的に実施し、資質の向上を図る。OJT実施前後は、支援に対する課題提示し、資質の向上を図る。月1回は、OJTでの支援を実施し、経験豊富な職員が交互に対応し、蓄積されている知識と経験をもとに、連絡会議を実施する。

#### ③外部専門家による知識向上研修会の実施

経営指導員、一般職員が経営指導を行う上で、効果的な指導ができるよう知識の向上を図ることを目的に、外部専門家（大阪府よろず支援拠点コーディネーター、中小企業診断士、IT専門家等）を活用し、専門的知識についての研修会を3か月に1回実施する。経営分析、事業計画書の作成、マーケティング手法、対話やコーチング・ティーチング手法を学び、実際の相談業務の事例を基にした内容で実施し、実態に即した研修を行う。

#### ④フィードバックミーティングの開催

経営指導員、一般職員に対して、定期的なフィードバックミーティングを2か月に1回実施

する。職員個々が、参加した研修会、講習会などで知り得た知識や情報を取りまとめレポート形式にしてフィードバックを行う。経営指導員が講師となり、レポートにもとづいた情報発信、意見交換を実施することにより、新しい知識と情報共有を図る。

#### ⑤情報のデータベース化

現状は、経営に関する情報を書面に記録しファイル管理していたが、必要な情報をタイムリーに提供、また収集することは大幅なタイムロスが発生し、相談に対して迅速に対応できていない。今後は、写真や動画を含め収集した情報をグループウェアや基幹システム等を活用することで、情報をデータベース化することにより、リアルタイムに職員が閲覧、共有できるようなシステムを構築することで、より円滑な支援につなげる。

### 10. 事業の評価及び見直しをするための仕組みに関するこ

本年以降の経営発達支援計画についての実施状況や遂行状況、成果や評価、検証については以下の方法により行う。

#### 【事業内容】

6ヶ月に1回、富田林市役所商工観光課、太子町観光産業課、河南町環境・まちづくり推進課、千早赤阪村観光・産業振興課、法定経営指導員、外部有識者（中小企業診断士や税理士等）、大阪府商工会連合会、当会役員を委員とした事業評価委員会を設置し、支援事業の進捗状況や成果状況の報告、修正案の提出を行うとともに、評価、検証を行う。事業の進捗状況については、理事会で報告し、見直し案等を提案した後、今後の方向性を決定する。

評価、検証結果は、当会の理事会提出後、承認を得て、今後の事業実施方針等に反映させるとともに、商工会報やホームページなどへ掲載（年1回）することにより、地域の小規模事業者等が常に閲覧可能な状態とする。